Наша Газета
nashagazeta.ch

Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

Все хотят использовать наши данные, но кто будет их защищать? | Tout le monde veut utiliser vos données, mais qui va les protéger?

Author: Заррина Салимова, Берн , 08.02.2018.

Фото: Pixabay

Кража информации о примерно 800 000 клиентах Swisscom показала, насколько просто злоумышленники могли получить доступ к базам данным.

|

Le vol des coordonnées d’environ 800 000 clients de Swisscom a montré à quel point il était facile pour les malfaiteurs d’avoir accès aux bases de données.

Tout le monde veut utiliser vos données, mais qui va les protéger?

Новости о том, что очередная крупная компания не смогла защитить данные своих клиентов, появляются с регулярностью раз в несколько месяцев. На этот раз жертвой стала телекоммуникационная компания Swisscom. Нужно отдать должное мастерству сотрудников ее пресс-службы: в заголовке коммюнике, в котором сообщается о крупной утечке, они сделали акцент не на краже, а на том, что компания планирует усиливать меры по защите данных клиентов. Еще бы их не усиливать после того, как имена, адреса, телефоны и даты рождения 800 000 человек были похищены!

Swisscom подчеркивает, что система безопасности не была взломана, а кража стала возможной из-за того, что неизвестные лица воспользовались правами доступа, принадлежавшими партнерской дистрибьюторской организации. Швейцарские журналисты тут же напомнили, что за последний месяц компания уже в третий раз перекладывает ответственность за сбои на «третью сторону».

Чтобы предотвратить подобные случаи в будущем, Swisscom будет тщательней следить за партнерами, блокировать им доступ к базе данных, если заметит подозрительную активность с их стороны, и введет двухфакторную идентификацию.

В чьи руки попали сведения, неизвестно, но компания утверждает, что до сих пор не было зарегистрировано случаев злоупотребления. Тем не менее, если вам вдруг начнут названивать с навязчивыми предложениями что-нибудь купить, вы сможете предположить, откуда в колл-центре знают ваше имя и номер телефона. Клиенты Swisscom могут узнать, оказалась ли их данные в числе украденных, отправив SMS со словом Info на номер 444.

Самым интересным в этой истории кажется то, что, согласно закону о защите данных, информация об имени и месте жительства (в отличие от пароля и данных банковских карт) не считается важной. И тут возникает вопрос: если бы эти сведения действительно были малозначительными, разве их пытались бы украсть?

На самом деле разработчики приложений, продавцы чего угодно и, конечно, злоумышленники отдали бы душу за доступ к данным о поле, возрасте, адресе, перемещениях, посещаемых сайтах, интересах и покупках людей. Проанализировав эту информацию, можно сделать вывод о предпочтениях клиентов и предугадать их желания. Все это нужно для того, чтобы понять, что, кому и как стоит продавать.

Сама компания Swisscom не скрывает того, что хотела бы монетизировать огромные базы данных своих клиентов. В середине января она запустила специальный сайт, на который выложила целые массивы информации. Например, там можно найти тепловую карту передвижений на цюрихском вокзале в разное время суток, а также узнать, в какую часть города отправляются люди по прибытии, откуда именно приезжают пассажиры, что и в какое время скачивают интернет-пользователи в разных кантонах, сколько сообщений в день отправляют абоненты и прочее.

Все эти данные обезличены, часть из них бесплатна, а за доступ к другим нужно заплатить. Они, в первую очередь, будут полезны компаниям, которые хотели бы лучше понять поведение потенциальных клиентов. Например, изучив тепловые

карты, сотрудники цюрихского торгового центра узнают, в какое время дня возле их здания проходит больше всего людей, и поймут, когда лучше устраивать промо-акции. А туристический офис по сигналу GPS отследит, на какой горнолыжный курорт отправляются только что приземлившиеся туристы из Китая, и подготовит для них какое-то специальное предложение. Таким образом, обработав «неважные» данные о возрасте, поле и перемещениях, можно сделать рекламу более эффективной и точечной.

Еще одним примером использования данных в маркетинговых целях может служить всем известная бонусная карта Cumulus от Migros. Бенедикт Цумштег рассказал журналистам Le Temps, что система регистрирует все покупки: что, когда, где, сколько и кем было приобретено. Это позволяет предлагать клиентам персонализированные скидки и пополнять ассортимент в том или ином филиале магазина исходя из предпочтений покупателей.

В самом ближайшем будущем границы между реальным и виртуальным миром будут стерты, обещают аналитики. Не успеет человек зайти в магазин, как данные, собираемые мобильными приложениями с его смартфона, будут переданы по технологии iBeacon продавцу, который будет знать о желаниях клиента больше его самого.

Пока же стоит помнить, что в цифровом мире нет неважной личной информации. Извлечь выгоду из наших данных хотят все: одни их собирают, вторые анализируют, третьи продают, четвертые перепродают, пятые воруют, но защищать их, кажется, не стремится никто.

Швейцария
Статьи по теме
Берегите ваши данные!
Каким будет модный бутик будущего?
Swisscom пытаются оштрафовать и заставить снизить тарифы, но не для населения
Как избежать кражи банковских данных?

Source URL:
https://nashagazeta.ch/news/education-et-science/vse-hotyat-ispolzovat-nashi-dannye-no-kto-budet-ih-zashchishchat